

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

Tesis monográfica/Tesina

Criterios de noticiabilidad en el periodismo digital.

Análisis de Clarín y Página 12



USAL
UNIVERSIDAD

Realizado por: Nicole Milagros Córdoba

Director/a de la Carrera de Periodismo: Mg. Ana Laura García Luna

Tutor/a de la tesis monográfica/tesina: Lic. Yamila Gómez

Buenos Aires, 13 de noviembre de 2019

Abstract (resumen)

El siguiente trabajo aborda el estudio de los diarios online, más específicamente, los criterios de noticiabilidad que utilizan para la selección de las noticias en sus rutinas cotidianas.

La hipótesis que plantea el presente trabajo al respecto es “el criterio de noticiabilidad predominante en los medios de comunicación digital es el de *facilidad de contenido* para el usuario”. El análisis está centrado en las versiones digitales de Clarín y Página 12, el cual se realizó por medio del método de “semana construida” durante el periodo de un mes y medio, teniendo en cuenta el análisis de las temáticas predominantes y los criterios de noticiabilidad mayormente utilizados en ambos diarios y diferenciando cada diario.

El método utilizado es el de análisis de contenido de tipo cuantitativo, donde por medio de la contabilización de las temáticas y noticias en base a determinados criterios de noticiabilidad, se podrá inferir como los medios seleccionan determinadas noticias por sobre otras y el enfoque dado según la postura ideológica del medio.

Previo al análisis, se estudiarán los procesos de producción digital por medio del estado del arte. Asimismo, en el marco teórico se profundizará en el estudio de la agenda setting, como aquella agenda impuesta por los medios que influye en la producción de la noticia, y por ende, en la agenda que terminará por influir en el público. También se abordará el estudio de la noticia, y su transformación en los medios digitales, y puntualmente, en de los criterios de noticiabilidad con el objetivo de analizar sus cambios en el nuevo entorno mediático.

A su vez, se realizara un desarrollo histórico de los medios de comunicación, como la evolución de los medios gráficos en Argentina, como antecesores del periodismo digital, y luego, el desarrollo histórico de los diarios en la web. De la misma manera, se estudiará el desarrollo histórico de Clarín y Página 12 como diarios gráficos, para luego dar paso al estudio de su incorporación a la web, y su evolución hasta el día de hoy.

Luego del desarrollo del trabajo previamente mencionado y de efectuarse el análisis, la hipótesis queda parcialmente demostrada, entendiendo que si bien, las noticias más visitadas por el público son de entretenimiento, espectáculos o contenido blando, de la perspectiva de cada medio dan prioridad a noticias de carácter político, económico, internacional o deportes.

De la misma forma, basado en el análisis de las noticias principales de cada portada, ambos diarios producen noticias de impacto político, económico y social. Fuera de estas temáticas predominantes, cabe destacar que cada medio posee determinadas temáticas

que utiliza con mayor frecuencia y que los caracteriza. Por ejemplo, en Clarín.com puede verse una gran presencia de noticias de la farándula, tendencia, moda y tecnología; mientras que en el diario Página12.com.ar da un mayor espacio a noticias sobre cultura, literatura, cine y reflexiones sociales.

Por otra parte, en el análisis de la noticia y los criterios de noticiabilidad, existen grandes cambios en lo referido a la noticia y su tratamiento. No tanto en lo referido al enfoque que recibirá o a las temáticas, sino, al desarrollo de su estructura, formato y recursos dentro del entorno mediático digital.

Debido a las características del formato online, los criterios de noticiabilidad también se apegan al formato con noticias que respondan a estas características, pero sin reemplazar los criterios conocidos tradicionalmente.

Palabras claves: Periodismo digital, Criterios de noticiabilidad, Noticia, Página12.com.ar, Clarín.com.



Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios todopoderoso, que con su amor me da todo y sin Él no podría nada, y a la Virgencita de Luján que siempre me tiene bajo su manto.

También quiero agradecer a mis padres y a mi familia, que me acompañan siempre, que son mi ejemplo, mi apoyo y me animan a superarme cada día personalmente y profesionalmente.

Quiero agradecer a mis amigos que, como yo, van transitando un camino de crecimiento y en el, nos vamos acompañando.

Quiero agradecerle a mi novio, que con su apoyo y ternura, me acompañó este tiempo.

También agradecerle a Yamila, que gracias a su motivación y paciencia, me animaron a concluir este trabajo.

Dedico esta tesis a todos ellos, y a Betty, mi segunda abuela, que siempre me animó a seguir formándome.



Índice

1.	Capítulo 1: Inicio.....	7
1.1.	Breve contextualización histórica del problema de investigación.....	8
1.1.1.	Primer periodo: Desde los inicios de la comunicación hasta 1815.....	9
1.1.2.	Segundo periodo: De 1815 a 1914. “Apogeo de la prensa”.....	10
1.1.3.	Tercer periodo: Desde 1914 hasta la actualidad. “Prensa de Masas”.....	11
1.1.4.	Tecnología digital en los medios de comunicación.....	12
1.2.	Objeto de estudio: criterios de noticiabilidad de los medios digitales.....	14
2.	Capítulo 2: Estado del Arte.....	17
2.1.	Convergencia del periodismo gráfico al digital.....	17
2.2.	Periodismo Digital.....	18
2.3.	Funciones del periodista.....	23
2.3.1	Rutinas de producción.....	26
2.4	La noticia en el medio digital.....	28
3	Capítulo 3: Marco Teórico.....	33
3.1	Agenda Setting: Origen de la Teoría.....	33
3.2	Estudios de la agenda-setting en la actualidad.....	35
3.3	Noticia y Criterios de Noticiabilidad.....	40
3.3.1	La Noticia en los Medios de Comunicación.....	40
3.3.2	El rol de los Criterios de noticiabilidad.....	41
3.3.3	La noticia en el nuevo entorno mediático.....	43
4	Capítulo 4: Los medios de comunicación. Clarín y Página 12.....	47
4.1	Síntesis histórica de los medios de comunicación.....	47
4.1.1	Los medios de comunicación en el mundo.....	47
4.1.2	Historia del periodismo gráfico en Argentina.....	50
4.2	Historia del periodismo <i>digital</i>	55
4.3	Origen y desarrollo del diario Clarín.....	59
	63
4.4	Origen y desarrollo del diario Página 12.....	63
4.5	Diario Página 12 en su versión online.....	72
5	Capítulo 5: Análisis.....	76
5.1	Temáticas utilizadas.....	79
5.2	Criterios de noticiabilidad.....	89
5.2.1	Criterios de noticiabilidad tradicionales.....	89
5.2.2	Nuevos criterios de noticiabilidad.....	98
6	Conclusiones finales.....	104
7	Bibliografía.....	106

Introducción

Desde las primeras agrupaciones sociales, siempre hubieron acontecimientos o hechos de relevancia que debían ser comunicados; ya sea dentro de un grupo de personas, dentro de una comunidad o de ésta a otra. Luego con el devenir de las sociedades más extendidas y organizadas, la necesidad de comunicar determinados hechos fue casi obligatoria para generar unidad, pertenencia y un mismo conocimiento de la realidad entre los distintos habitantes.

Ya en la Edad Media, quienes detentaban el poder difundieron los hechos de relevancia sobre el poder político o el comercio entre determinados grupos involucrados. Con el paso del tiempo y la extensión de las poblaciones se hicieron necesarios medios que ayudaran en la comunicación de estos hechos que- definidos por los grupos de poder político- debían ser recibidos por los sectores de menores recursos y más lejanos de la esfera de poder político o religioso.

Con la aparición de la imprenta de Gutenberg en 1455, la difusión de la información se volvió un bien preciado por las elites y, en principio, solo estaba reservado para estas. Luego, con el conocimiento sobre la escritura y las nuevas tecnologías dieron espacio, a que mayores sectores de la sociedad pudieran acceder a la información y por ende, a la participación de los “asuntos que eran relevantes” en la región.

A principios del siglo XX, con el avance de la tecnología y de los sistemas políticos que estructuraron cada vez más a las sociedades, junto a la creciente democratización de las mismas, generó la aparición de un tipo de comunicación denominada “comunicación de masas”, cada vez más diversificada. Con la radio, los diarios y la televisión, la información llega a casi todas las regiones de la tierra. Al crecimiento de las sociedades, se suma la cantidad de información que circula y que es recolectada por los medios que se convierten en noticias. A su vez, los criterios para que un suceso sea noticia, son cada vez más específicos y puntuales de cada sociedad y sistema cultural. Junto con esto, los sistemas en los que los medios de comunicación se apoyan para sustentarse, tienen cada vez más espacio en los distintos formatos y, en algunos casos, hasta llegan a incorporarse en la grilla de noticias.

El sistema político, cultural, religioso y económico en el que está inmersa una sociedad junto su historia y la región geográfica donde se encuentra ubicada, son todos elementos que condicionan la selección de un hecho como noticia. Por otro lado, los sistemas de medios de comunicación que se encuentran en la sociedad, con sus

estructuras, su ideología, su organización y el sostenimiento económico, configuran una agenda de noticias que influye en la selección de los hechos que se darán a conocer ante la sociedad.

Gracias a las tecnologías digitales, los procesos de transmisión de información en los medios comunicación masivos dieron un giro de 180° generando nuevas formas de circulación de mensajes, incorporando nuevas herramientas, dando espacio a nuevas formas de participación e intercambio entre emisores y receptores.

En este contexto de continuos cambios, los diarios comenzaron a ver la necesidad de tomar parte en los nuevos flujos de información de internet. Por ello, introdujeron al formato web los diarios de versión impresa.

El cambio fue paulatino, en principio repitiendo el formato tradicional, luego incorporando cada vez más los elementos propios de la web hasta lograr un formato del diario en su versión digital. Con la transformación hacia el medio digital, surgieron nuevas formas de recolectar y comunicar la gran cantidad de información que circula por la web, y con ello cambios y desafíos propios del nuevo formato.

Entre los procesos que se estudiarán en este trabajo, se encuentran las rutinas de producción de información que utilizan determinados criterios en base a los valores noticias para seleccionar los hechos de la realidad que se convertirán en noticias.

Siendo este el punto central de la investigación se estudiarán las características de los medios digitales en relación a los tradicionales, sus estructuras, sus rutinas de producción y las funciones del periodista como agentes en la selección de información y los criterios de noticiabilidad utilizados.

1. Capítulo 1: Inicio

La noticia inicialmente fue el mensaje de los medios de comunicación con fines periodísticos y el producto de una empresa informativa. A lo largo de la historia de los medios, la noticia fue evolucionando en la transmisión de los eventos más trascendentes para una sociedad o ecosistema. El hecho tenido por acontecimiento que luego se convertiría en “noticia” por la intervención de los medios de comunicación sobre los mismos, varía y se adapta a los formatos que la presentan (medios gráficos, radiales, televisivos, y actualmente, los medios digitales) siendo su esencia y contenido nuclear el mismo pero destacados en distintas características y recursos.

Otra condición que lo lleva a transformarse es la dimensión temporal y espacial en la que se desarrolla, más específicamente, dentro de una comunidad a la que se le transmite. El autor Miquel Rodrigo Alsina (1989), en su libro “La construcción de la noticia”, cita al autor Sierra Bravo para referirse a la particularidad de los acontecimientos seleccionados según estas condiciones: se puede entender como acontecimientos sociales los hechos de trascendencia social que acaecen en un momento determinado del tiempo. Se diferencian, pues, de los acontecimientos en general en la necesidad de que presenten una trascendencia social». El problema se plantea a la hora de definir qué se entiende por «trascendencia social», o más concretamente, quién tiene la legitimidad para determinar que un acontecimiento tiene trascendencia social. (p.83)¹.

Sobre esta trascendencia los medios de comunicación funcionan como mediadores entre los acontecimientos y la sociedad. En este sentido los medios seleccionan entre los miles de hechos cotidianos, aquellos se que destacan por determinadas condiciones y características en relación a la sociedad que lo recibe. Es decir, la sociedad es la que da sentido al acontecimiento o “fenómeno social” que recibe de los medios que producen la información. En la misma obra, Alsina explica lo siguiente: “Es el sujeto observador el que da sentido al acontecimiento. Es decir que los acontecimientos estarían formados por aquellos elementos exteriores al sujeto a partir de los cuales este mismo va a reconocer, a construir, el acontecimiento”. De esta manera Alsina (1989) caracteriza al acontecimiento bajo tres premisas: “1. Los acontecimientos se generan mediante fenómenos externos al sujeto; 2.

Pero los acontecimientos no tienen sentido al margen de los sujetos, ya que son éstos los que le dan el sentido, y 3. Se da una relación de inclusión, por la que los

¹ Alsina. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Paidós.

fenómenos externos percibidos por el sujeto se convierten en acontecimientos por la acción de éste sobre aquéllos. Los acontecimientos están compuestos por los caracteres de los elementos externos a los que el sujeto aplica su conocimiento. (p.81)²

De esta manera, si bien el sistema recibe un acontecimiento para ser comunicado, es el sistema el que va a darle sentido y trascendencia.

1.1. Breve contextualización histórica del problema de investigación

En la historia de los medios de comunicación, gracias a su desarrollo y de la tecnología junto con el crecimiento de las sociedades, los sistemas de gobierno y la democratización de la información, el concepto de "noticia" fue transformándose junto con ella los criterios de selección de los acontecimientos.

Asimismo, la función y la importancia de la noticia como portadora de información para una sociedad fueron cambiando a lo largo del tiempo, según el contexto social y político de la época.

Según el autor Vázquez Montalbán, citado por Alsina, la evolución de la noticia en la historia de los medios de comunicación se divide en tres periodos: 1. Un período en el que se lucha por la libertad de prensa aplastada por la contrarrevolución de la Santa Alianza; 2. Un período en el que aparece la "gran prensa", o diarios que ejercen ya una poderosa influencia doctrinal sobre sectores determinantes de la población; 3. Un período en el que se organiza la "prensa de información", con las características básicas de la prensa actual. (p. 84)³

Fernand Terrou, otro autor citado por Alsina, distingue tres períodos en la evolución de los medios que se extienden desde sus orígenes hasta la actualidad. Los tres periodos se dividen de la siguiente manera: un primer periodo desde el inicio de los medios de comunicación hasta 1815 como las primeras edades de la prensa; un segundo periodo, que abarca de 1815 a 1914 como el periodo de mayor impulso y apogeo de la prensa; y un tercer periodo que se extiende desde 1914 hasta nuestros días, sentando las bases de la información moderna.

² Alsina. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Paidós.

³ Alsina. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Paidós.

1.1.1. Primer periodo: Desde los inicios de la comunicación hasta 1815

Terrou explica que en el primer periodo el conocimiento del acontecer era un privilegio de las clases dominantes y de aquellos que por su función en la sociedad precisaran de la información. En aquel entonces, la información tenía una función comercial-financiera, por la que los comerciantes conocían el flujo marítimo comercial, etc. A su vez, los actores del poder político y religioso eran de los pocos que contaban con acceso a la información y trataban de controlarla. De esta manera, la gran masa que se encontraba fuera de estos sectores debía contentarse con el rumor o con el acontecimiento local que se transmitían oralmente. La distancia condicionaba fundamentalmente el conocimiento de los hechos, ya que a mayor distancia menor alcance de la información por lo que las masas sólo podían acceder al conocimiento local. Asimismo el factor del tiempo también jugó un papel predominante ya que el acontecimiento lejano llegaba con gran retraso en relación al hecho que lo motivaba por lo que perdía actualidad y trascendencia.

Inclusive, la aparición de la imprenta no significó un gran cambio en el espectro de los usuarios de la información ya que el nivel de analfabetismo era muy alto, por lo que solo existía una pequeña porción de un mercado potencial de la información escrita. En un principio, la imprenta se utilizó como un instrumento de desarrollo de la cultura y del comercio, pero pronto se convirtió en un instrumento de las luchas de poder político. El primer libro impreso fue la Biblia, y al adquirir importancia política, la información pasó a ser celosamente controlada por el poder religioso y civil. Además, el poder sobre la información no radicaba simplemente en la selección de hechos a transmitir sino también en la construcción de noticias favorables a determinados grupos o sectores. Como afirma Vázquez Montalbán, citado por Alsina (1989): "la importancia de la simple información como instrumento político fue inmediatamente captada. Los Tudor hicieron imprimir noticias que les ayudaran a crearse una "imagen pública": bodas, funerales, gestas de príncipes de la familia". (p.85)⁴.

En el siglo XVII se van sedimentando las bases de la ideología de la prensa liberal que acompañarían la siguiente etapa. Como afirma Tuchman, tomado por el autor Alsina (1989): varias presunciones de este modelo resultan claves para comprender su aplicabilidad a las condiciones contemporáneas. Primera: en el siglo XVIII, el término "público" connotaba todavía una responsabilidad general ante la comunidad de sus propios intereses. Segunda: aquellos que se suscriben a los periódicos de opinión y, congruentemente, aquellos que constituían la comunidad y eran responsables de la evaluación de la verdad eran en su mayoría la élite mercantil. Tercera: el modelo racionalista

⁴ Alsina. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Paidós.